

Michael Emsbach

Geschichte des kaufmännischen Denkens

Eine kurze Ideengeschichte der Betriebswirtschaftslehre

Michael Emsbach

**Geschichte des
kaufmännischen Denkens**

**Eine kurze Ideengeschichte
der Betriebswirtschaftslehre**

Berichte aus der Betriebswirtschaft

Michael Emsbach

Geschichte des kaufmännischen Denkens

Eine kurze Ideengeschichte der Betriebswirtschaftslehre

Shaker Verlag
Düren 2020

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2020

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8440-7326-3

ISSN 0945-0696

Shaker Verlag GmbH • Am Langen Graben 15a • 52353 Düren

Telefon: 02421 / 99 0 11 - 0 • Telefax: 02421 / 99 0 11 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Vorwort

Diese Geschichte des kaufmännischen Denkens stellt die wesentlichen Ideen dar, die das kaufmännische Denken und das Unternehmertum von der Antike bis in die Gegenwart geprägt haben. Es sollen die zentralen Konzepte vorgestellt werden, die letztlich in die Betriebswirtschaftslehre der Gegenwart und die gegenwärtigen Auffassungen von den Aufgaben des Managements geführt haben. Die historischen Denkansätze werden dabei in ihrem eigenen Kontext und in dem Denkhorizont ihrer Zeit vorgestellt.

Behandelt werden die Begründung des ökonomischen Denkens in der Antike, die Behandlung von Kredit und Handel im Mittelalter, die Konzeption der Doppelten Buchführung in der Renaissance und die Stellung von Herrscher und Kaufmann in der Neuzeit.

Ausführlich wird die klassische Theorie der Wirtschaft bei Adam Smith und den nachfolgenden Ökonomen des 18. und des 19. Jahrhunderts dargestellt.

Im 20. Jahrhundert werden die Folgen volkswirtschaftlicher Denkansätze für das kaufmännische Denken, sodann die Begründung der modernen Betriebswirtschaftslehre und die strategischen Ansätze des unternehmerischen Handelns und schließlich die operativen Techniken und Theorien des Managements abgehandelt.

Berücksichtigt werden auch die Bezüge der historischen wirtschaftswissenschaftlichen Denkansätze zu den anderen Wissenschaften in der jeweiligen Epoche, insbesondere zur Psychologie, zu Naturwissenschaften und Mathematik und zur Philosophie der jeweiligen Zeit, bei den frühen Schriften zum kaufmännischen Denken auch die vielen Bezüge zur jüdischen, christlichen und islamischen Theologie.

Die allgemeinverständliche Darstellung richtet sich an interessierte Wissbegierige, insbesondere an Studierende der Wirtschaftswissenschaften, gerne auch zu Studienbeginn, sowie an wirtschaftswissenschaftliche und historische Forscher. Auch Praktiker der Betriebswirtschaft sollten in den historischen Texten viele gedankliche Anregungen und Anleitungen zum Verständnis klassischer Konzepte der Wirtschaftswissenschaften finden.

Der Aufbau des Buches ist so angelegt, dass der Text als Grundlage für einen Hochschul- oder Universitätskurs „Ideengeschichte der Betriebswirtschaftslehre“ verwendet werden kann. Bei Bedarf kann der Inhalt der beiden Kapitel über die strategischen und die operativen Ansätze des 20. Jahrhunderts auf mehrere Lektionen verteilt werden.

Der Verfasser hat angestrebt, eine verständliche Darstellung sowohl der älteren, manchmal fremd anmutenden, als auch der neueren, oft anspruchsvolleren Konzepte wirtschaftswissenschaftlichen Denkens zu geben. Mit mathematischen Herleitungen wird sparsam umgegangen. Nur an sehr wenigen Stellen war der Bezug auf elementare Grundlagen der Differenzialrechnung unverzichtbar. Auch an diesen Stellen sind die erreichten Ergebnisse dann aber wieder allgemeinverständlich.

Inhalt

1. Kapitel	
Wirtschaftswissenschaften in der Antike	7
2. Kapitel	
Muslimisches und christliches Denken über Kredit und Handel	32
3. Kapitel	
Kaufmännisches Denken in der Renaissance	45
4. Kapitel	
Herrscher und Kaufmann in der Volkswirtschaft im Denken der frühen Neuzeit	64
5. Kapitel	
Das Denken der klassischen Nationalökonomie	74
6. Kapitel	
Die Mathematisierung des kaufmännischen Denkens	89
7. Kapitel	
Die Bedeutung von Reaktionen und Erwartungen im kaufmännischen und gesamtwirtschaftlichen Denken	109
8. Kapitel	
Die Einflussnahme von Naturwissenschaft und Psychologie auf kaufmännisches Denken im 20. Jahrhundert	127
9. Kapitel	
Die strategische Perspektive im kaufmännischen Denken des 20. Jahrhunderts	141
10. Kapitel	
Die operative Perspektive und die Verantwortung im Betrieb im kaufmännischen Denken des 20. Jahrhunderts	171
Literatur	213
Über den Verfasser	220